

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学号: 15520091151603

UDC \_\_\_\_\_

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

中国文化创意产业及其发展研究

Study on the Development of Culture and Creative  
Industries in China

李 辰

指导教师姓名: 张铭洪 教授

专 业 名 称: 网络经济学

论文提交日期: 2012 年 4 月

论文答辩时间: 2012 年 月

学位授予日期: 2012 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2012 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在          年解密后适用本授权书。

2、不保密（  ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期：      年    月    日

导师签名：

日期：      年    月    日

## 摘要

20 世纪 90 年代，文化创意产业切合全球产业结构调整 and 升级的需要应运而生，目前已经成为世界上最活跃的经济部门之一。面对世界范围内的经济低迷局面，我国经济增长面临巨大的下行压力。为推动产业结构优化升级，我国政府选择消费空间大、产业能耗低、相关带动性强的文化创意产业作为重点发展对象，希望以此带动经济增长方式的转变。虽然文化创意产业在经济生活中非常重要，但由于发展时间较短，学术界对其探讨尚少，留下大量研究空白。出于现实的重要性和理论的急迫性，本文尝试对文化创意产业进行研究。

本文首先界定文化创意产业有关概念，其次分析文化创意产品的市场特性，接着对我国各地区的文化创意产业发展潜力进行研究，最后预测我国文化创意产业的发展前景。本文主要运用了问卷调查、数理分析、马尔科夫随机过程、因子分析、灰色系统理论等研究方法，从微观层面和宏观层面两个方面，通过理论分析和实证分析，得到以下主要结论：

(1) 具有新创意的文化产品通常能够以非常快的速度完成市场的替代过程，若不能迅速完成市场替代，则自身很可能直接被淘汰；如果新创意产品与市场现有产品具有较强的替代性，并且新创意产品优于现有产品的情况下，引入新创意产品会导致整个产业总利润的下降。

(2) 在以智能手机为代表的创意产品市场上，若不存在新创意的冲击，则在经过很少几次状态转移之后整个市场占有率将达到稳定状态，各产品将一直占据一个比较固定的市场份额，直到有新创意出现改变消费者的购买意愿为止。

(3) 无论从微观层面还是宏观层面，各地文化创意产业的发展都与既有的经济发展水平存在较强的正向联系，目前经济发展水平比较高的地区通常也具有较强的文化创意产业发展潜力。

(4) 预测结果显示，“十二五”期间我国文化创意产业的就业、出口、市场需求都将维持高速增长水平。

**关键词：** 文化创意产业；发展潜力；前景预测

## ABSTRACT

In 1990s, the Culture and Creative Industries (CCIs) appeared in order to meet the needs of global industrial restructuring and upgrading. Nowadays, CCIs have become one of the world's most active sectors of the economy. China's economic growth is facing tremendous pressure due to the worldwide economic slump. In order to promote the industrial structure optimization and upgrading, our government selects CCIs which have the properties of large consumer space, low energy consumption and strong industrial promotion as a key improving candidate, hoping to stimulate the transformation of economic growth mode. Although CCIs play an important role in the economic field, there are not so many related academic studies, leaving us a large research space. Hence, we try to do some further study in this thesis.

We first discuss the relative definitions of CCIs. Then, we analyze their market characteristics and development potentials. In the end, we predict the future development of CCIs. We get the following conclusions from two aspects of micro level and macro level by using the questionnaire survey, mathematical analysis, Markov random process, factor analysis and grey system theory.

Firstly, the culture products which contain new creative ideas can finish the replacement process rapidly in the market. If not, these products can be eliminated directly. In addition, if the new products have a strong alternative relationship with the existing products and have better qualities than them, the whole profit will decline after introducing the new products.

Secondly, if there is no impact of new ideas in CCIs, the whole market will reach a steady state and each product will has a relatively fixed market share.

Thirdly, the development of CCIs has the strong positive relationship with the existing level of economic development. Areas that have higher level of economic development usually have a strong potential for the development of CCIs.

Lastly, the prediction results show that employment, export and market demand will maintain a high level of growth during the Twelfth Five-Year Plan period in the CCIs.

**Key words:** Culture and Creative Industries; Development Potential; Prospect Prediction

# 目 录

第一章 绪论 .....	1
1.1 研究背景与意义 .....	1
1.2 国内外研究现状 .....	2
1.3 研究内容与研究方法 .....	5
1.4 主要创新之处 .....	7
第二章 文化创意产业相关概念界定 .....	8
2.1 创意产品和服务 .....	8
2.2 文化创意产业 .....	10
2.3 文化创意产业与相关概念辨析 .....	16
2.4 本章小结 .....	19
第三章 文化创意产业的市场特征分析 .....	20
3.1 文化创意产业市场特征的数理分析 .....	20
3.2 案例分析——基于马尔科夫过程的智能手机市场占有率预测 .....	25
3.3 本章小结 .....	30
第四章 文化创意产业发展影响因素与发展潜力分析 .....	31
4.1 文化创意产业发展影响因素 .....	31
4.2 文化创意产业发展潜力分析 .....	34
4.3 本章小结 .....	50
第五章 文化创意产业发展前景预测 .....	51
5.1 预测的理论基础 .....	51
5.2 就业前景预测 .....	54
5.3 出口贸易预测 .....	59
5.4 市场需求预测 .....	62
5.5 本章小结 .....	65
第六章 结论与展望 .....	66
6.1 基本结论 .....	66
6.2 政策建议 .....	67
附 录 A .....	69
附 录 B .....	70
参考文献 .....	71
致 谢 .....	75

# CONTENTS

<b>Chapter 1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
Section 1 Significance and Purpose .....	1
Section 2 Literature Review .....	2
Section 3 Research Contents and Methods .....	5
Section 4 Innovations .....	7
<b>Chapter 2 Definitions of Related Concepts of CCIs.....</b>	<b>8</b>
Section 1 Creative Products and Services .....	8
Section 2 Culture and Creative Industries .....	10
Section 3 Related Concepts of CCIs .....	16
Section 4 Summary.....	19
<b>Chapter 3 Research of Market Characteristics of CCIs.....</b>	<b>20</b>
Section 1 Mathematical Analysis of Market Characteristics .....	20
Section 2 A Case Study of the Smartphone Market .....	25
Section 3 Summary.....	30
<b>Chapter 4 Influence Factors and Development Potentials of CCIs ..</b>	<b>31</b>
Section 1 Influence Factors Analysis .....	31
Section 2 Development Potential Analysis.....	34
Section 3 Summary.....	50
<b>Chapter 5 Development Forecast of CCIs.....</b>	<b>51</b>
Section 1 Theoretical Basis .....	51
Section 2 Employment Forecast.....	54
Section 3 Export Trade Forecast.....	59
Section 4 Market Demand Forecast.....	62
Section 5 Summary.....	65
<b>Chapter 6 Conclusions and Prospects.....</b>	<b>66</b>
Section 1 Basic Results .....	66
Section 2 Policy Recommendations.....	67
<b>Appendix A .....</b>	<b>69</b>
<b>Appendix B .....</b>	<b>70</b>
<b>References .....</b>	<b>71</b>
<b>Acknowledgement.....</b>	<b>75</b>



## 第一章 绪论

### 1.1 研究背景与意义

自二十世纪九十年代末以来,文化创意产业在全球范围内受到越来越多的关注。在国际竞争日趋激烈、全球化趋势不断加强的今天,文化创意产业的发展规模已成为衡量一个国家或地区综合竞争力的重要标志之一。通过发展创意产业促进经济增长方式的转变也已经成为国外发达国家和地区普遍采取的重要战略举措<sup>①</sup>(厉无畏,王慧敏,2006)。

据联合国贸易和发展会议(United Nations Conference on Trade and Development,以下简称UNCTAD)2004年的统计<sup>②</sup>,文化创意产业已占世界GDP份额的11%,并以每年10%的速度在增长,文化创意产业实践的全球蜂起已成为一个基本的事实和发展趋势。如今,文化创意产业已经成为全球范围内最有活力的经济部门之一,为文化、经济和社会的发展提供了大量的机会。根据UNCTAD提供的创意经济报告<sup>③</sup>,在国际贸易中,全球文化创意产品和服务的出口金额近十年来一直维持激增状态,2002年为2049.48亿美元,2008年达到4069.92亿美元,短短的六年时间之内几乎翻了一番;其中,我国更是从2002年的323.48亿美元增长到2008年的848.07亿美元,六年之内增长了162%。

出于转变经济增长方式的需要,我国近年来也越来越重视文化创意产业的发展。我国国家层面对“文化创意产业”提法的确认是在2006年9月中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《国家“十一五”时期文化发展纲要》中,纲要指出要“促进文化创意企业发展”。而2009年通常被认为我国开启创意产业之年<sup>④</sup>,9月份国务院发布的《文化产业振兴规划》是新中国成立60年来文化产业的第一次专项规划,首次明确提出创意产业,并把它置于优化文化产业结构、需较快发

<sup>①</sup> 厉无畏,王慧敏.创意产业促进经济增长方式转变——机理·模式·路径[J].中国工业经济,2006,(11):5-13.

<sup>②</sup> 赛迪顾问股份有限公司.2009-2010年中国文化创意产业发展研究年度报告[R].2010:4.

<sup>③</sup> Creative Economy Report 2010.联合国发展和贸易会议的“创意经济报告”每两年发布一次,“创意经济报告2008”公布的数据截止于2005年,“创意经济报告2010”公布的数据截止于2008年,目前还没有公布“创意经济报告2012”

<sup>④</sup> 张晓明,胡惠林,章建刚.2010年中国文化产业发展改革报告[M].北京:社会科学文献出版社,2010年4月第1版:111-114.

展的重点文化产业门类之首,意味着我国政府已经把文化产业确定为一项重要的国家战略产业。十七届六中全会明确将文化产业提升到“国民经济支柱性产业”的高度。国家“十二五”文化改革发展规划纲要更是强调要“构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系,推动文化产业跨越式发展,使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点,为推动科学发展提供重要支撑”。

文化创意产业具有提升效应、重整效应、优化效应、外惠效应和内秀效应等功能,其含义分别为推动区域产业结构的升级与优化、塑造区域经济竞争力的全新内涵、促进产业空间布局 and 产业结构的调整、构筑区域形象和投资环境的风景区以及实现城市品位的全方位提升<sup>①</sup>(付晓东,余婧,2010)。这意味着发展文化创意产业对我国实现产业结构升级和优化以及实现经济发展方式的转变都具有重大意义。

总而言之,对文化创意产业的研究具有十分重大的现实意义。

## 1.2 国内外研究现状

由于文化创意产业的发展时间较短,相关的学术理论研究相对较少,国内外关于文化创意产业的研究大致可以分为文化创意产业基本内涵的探讨、政府扶持政策分析、产业发展状况分析、先发国家的经验借鉴等几个方面。

### (一) 文化创意产业基本内涵的探讨

约翰·霍金斯、理查德·佛罗里达、理查德·凯夫斯、约翰·哈特利等<sup>②</sup>人对文化创意产业概念的诞生以及发展做出了杰出贡献,其中约翰·霍金斯是“创意产业”这个名词的发明者,接下来本文会对文化创意产业相关概念进行界定,在此不展开讨论。

兰建平和傅正<sup>③</sup>(2009)对创意产业、文化产业和文化创意产业进行了辨析,

<sup>①</sup> 付晓东,余婧.关于创意产业发展若干问题的探讨[J].青岛科技大学学报(社会科学版),2010,26(2):51-56.

<sup>②</sup> (英)约翰·霍金斯 著,洪庆福,孙薇薇,刘茂玲 译.创意经济:如何点石成金[M].上海:上海三联书店,2006;(美)理查德·佛罗里达 著,司徒爱勤 译.创意阶层的崛起[M].北京:中信出版社,2010;(美)理查德·E·凯夫斯 著,孙维等 译.创意产业经济学:艺术的商业之道[M].北京:新华出版社,2004;(澳)约翰·哈特利 著,曹书乐,包建女,李慧 译.创意产业读本[M].北京:清华大学出版社,2007.

<sup>③</sup> 兰建平,傅正.创意产业、文化产业和文化创意产业[J].浙江经济,2008,(4):40-41.

他们认为文化产业和创意产业属于两个概念,但是两者包含的行业内容具有较大的重叠性;“文化创意产业”是“文化产业”和“创意产业”的总和,是传统文化和现代文化的融合,也是文化和科技的融合。

王斌<sup>①</sup>(2010)对文化产业、创意产业和数字内容产品进行了辨析,认为这些概念有共同的地方,但数字内容产业具有数字化的特征。

## (二) 政府扶持政策分析

蔡荣生和王勇<sup>②</sup>(2009)通过对国内外发展文化创意产业政策的研究,总结出一套政府促进文化创意产业发展的总体政策框架。他们认为,制定合理政策促进一个地区文化创意产业的发展涉及到发展基础和开发手段两大方面。其中,文化创意产业的发展基础包括当地较高的经济发展水平,文化物质资源基础,以及制度环境三个方面;而开发手段则包括对当地文化资源的市场化开发、文化创意产业集聚区的建设,以及政策扶植三个方面,只有在当地有利的文化创意产业的基础上选择合理的文化创意产业开发手段,才能促进当地文化创意产业的健康发展。

欧洲比较都市研究所研究员艾瑞克·布劳恩和玛丽安吉娜·拉万卡<sup>③</sup>对国家创意产业政策进行了国际比较,他们的研究主要考虑了对创意产业经济发展非常重要的七种政策类别,分别是创新、创业、获得风险投资、(国际)市场开发、创意集群、知识产权以及其他相关政策。

李川<sup>④</sup>(2009)运用模糊白化灰色关联分析方法、主成分分析方法等研究方法,对我国创意产业政策有效性予以定量评价研究,其研究表明,在一定程度上我国创意产业政策的有效性比较差,对我国创意产业发展的推动作用还不明显。

## (三) 产业发展状况的国际比较

郑文文和高长春<sup>⑤</sup>(2007)比较了中韩两国在发展创意产业的制度法律、科技投入以及发展空间上的异同,发现与韩国相比:我国创意产业政策法律体系尚未完成,知识产权保护系统尚不完善;我国的科技创新投入并不大,更不及世界

<sup>①</sup> 王斌. 数字内容产业研究[D]. 厦门大学博士论文, 2010.

<sup>②</sup> 蔡荣生, 王勇. 国内外发展文化创意产业的政策研究[J]. 中国软科学, 2009, (8): 77-84.

<sup>③</sup> 艾瑞克·布劳恩, 玛丽安吉娜·拉万卡. An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries [R]. 转引自 2010 年中国文化产业报告“国家创意产业政策国际比较速览”: 309-332.

<sup>④</sup> 李川. 我国创意产业政策有效性评价研究[D]. 电子科技大学博士论文, 2009.

<sup>⑤</sup> 郑文文, 高长春. 中韩创意产业发展比较研究[J]. 东北亚论坛, 2007, 16(6): 96-100.

上一些发达国家的科技创新投入,人均研发投入量更是呈现出明显的弱势;两国同样拥有多个独具特色的创意产业集聚区。

联合国贸易和发展会议发布的“创意经济报告 2008 (Creative Economy Report 2008)”和“创意经济报告 2010 (Creative Economy Report 2010)”,比较详尽的比较了各个国家文化创意产品的进出口贸易情况。

#### (四) 先发国家的经验借鉴

王定亚<sup>①</sup>(2011)总结了台湾文化创意产业发展的特点,包括:(1)发达的经贸网络加速与国际市场接轨;(2)发达的媒体及普及的数码科技可作为基础平台;(3)拥有深厚的文化内涵;(4)创业精神与管理人才众多。他认为我国应该将文化创意产业提高到战略层次,把文化创意产业与优势产业结合,集中资源投资具有华人市场竞争潜力的特色项目,完善系统、清晰的法律规范,并在中长期促成海峡两岸官、产、学、研整合机制的建立。

熊凌<sup>②</sup>(2004)通过香港创意产业的发展经验总结出,创意产业的核心在于创意,其经济价值受到当地经济发展的制约,会随着资讯业等高新技术产业的发展而迅猛增加,严格完善的法律法规和有效的经济政策可以为创意产业创造一个适合生存发展的有利空间。

樊小兰和刘住<sup>③</sup>(2008)通过分析上海创意产业园区旅游开发现状和存在的问题,总结创意产业起步较早国家的成功经验;包括政府推动与支持、复活产业遗产历史文化、提升民众创意意识、非营利组织推动和节事活动提升吸引力,这些都为上海创意产业园区的旅游开发提供了新思路。

李明超<sup>④</sup>(2009)通过总结英国创意城市与创意产业兴起的经验,为我国发展文化创意产业总结了有益的启示与借鉴,主要包括:明确创意产业与创意城市的关系,因地制宜构建城市创新体系;通过政府的介入和城市的创新建设,为创意产业的兴起提供政策和空间支持;依靠创意产业的推动和创意元素的导入,为城市的创新发展提供经济和文化动力。

此外,各个国际组织、国家和地区的文化创意产业报告也是研究文化创意产

<sup>①</sup> 王定亚. 台湾文化创意产业的发展及借鉴[J]. 中国国情国力, 2011, (1): 55-56.

<sup>②</sup> 熊凌. 香港创意产业的发展及经验[J]. 发展研究, 2004, (3): 43-44.

<sup>③</sup> 樊小兰, 刘住. 上海创意产业园区旅游开发研究——国外创意产业园区开发经验借鉴[J]. 浙江旅游职业学院学报, 2008, 4(3): 12-17.

<sup>④</sup> 李明超. 创意城市与英国创意产业的兴起[J]. 公共管理学报, 2008, 5(4): 93-100.

业的重要文献，其中关于我国文化创意产业比较重要的研究报告有：中国文化创意产业发展研究年度报告、中国文化产业发展报告等。

总结以上文献，还没有从微观层面对文化创意产业进行的分析，也没有对文化创意产业发展前景的定量预测，接下来本研究尝试进行这些工作，并努力填补文化创意产业研究这一方面的空白，具有非常重要的理论意义。

### 1.3 研究内容与研究方法

#### 1.3.1 主要研究内容

由于文化创意产业发展时间较短，关于文化创意产业的学术理论研究还较少。大部分的研究都集中在文化创意产业概念的讨论、世界各国发展文化创意产业政策的比较、文化创意产业先发地区的经验借鉴上面。本研究在文献回顾的基础上，对文化创意产业的基本内涵进行梳理，尝试对文化创意产业的市场特性进行理论分析，通过实证研究各地区文化创意产业发展能力，对文化创意产品和文化创意产业的市场前景进行预测。

本文总共分为六章，各章的主要研究内容如下：

第一章，绪论。本章介绍文章的研究背景、研究意义，回顾国内外关于文化创意产业研究的研究成果，给出研究的主要内容、基本框架和研究方法，最后总结文章的主要贡献。

第二章，文化创意产业相关概念界定。本章主要界定文化创意产业的相关概念，主要包括创意、创意产品和服务、文化创意产业的定义、文化创意产业所包括的范围。此外，本章还将文化创意产业与文化产业、创意经济、内容产业、数字内容产业等相关概念进行辨析。

第三章，文化创意产品的市场特征分析。本章主要对文化创意产品的市场占有率以及市场需求进行数理分析，并针对智能手机市场进行案例分析。

第四章，基于产业影响因素的文化创意产业发展潜力分析。本章首先探讨文化创意产业发展的影响因素，并基于这些影响因素对我国各地区文化创意产业发展潜力进行研究。

第五章，文化创意产业发展前景预测。本章主要从宏观角度对文化创意产业的就业前景、出口贸易前景和市场需求前景进行预测。

第六章，研究结论与政策建议。概括本文的主要结论与观点，提出笔者自己对发展文化创意产业的政策建议，并进一步给出有关文化创意产业的研究方向。

为了让读者进一步了解笔者的研究思路，现将本文的基本研究框架整理如图 1.1。

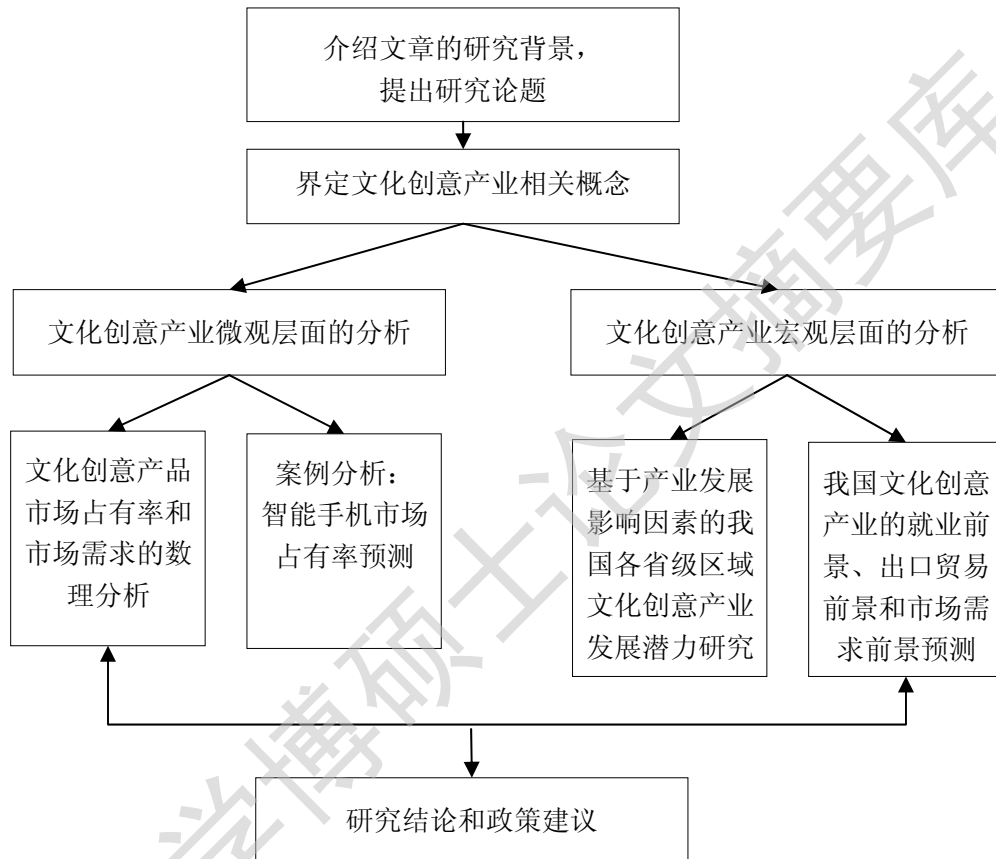


图 1.1 本文的基本研究框架

### 1.3.2 主要研究方法

本文主要采用产业经济学、技术经济学的相关理论，在文献搜集的基础上，吸收文化创意产业相关的研究成果，分析文化创意产业的基本内涵，并利用基于马尔科夫随机过程的预测技术、因子分析、灰色系统理论等方法，从微观层面和宏观层面两个方面揭示文化创意产业发展的特点，探讨文化创意产业的发展前景，最后提出促进我国文化创意产业发展的政策建议。

## 1.4 主要创新之处

### （一）在研究方法上

文化创意产业是一个新兴产业，在我国发展的历史比较短，在没有太多历史数据和资料的情况下，本文选择适合小样本的马尔科夫随机过程预测技术和灰色系统理论分别对文化创意产品的市场占有率以及文化创意产业的就业、出口贸易和市场需求进行了预测。

### （二）在研究内容上

目前国内外关于文化创意产业的研究基本集中于政策层面，大部分都是定性分析，定量分析也仅限于现有产业数据的简单统计。本文不同于以往的研究文献对于文化创意产业发展前景预测的定性分析，第一次使用定量分析技术对文化创意产业的发展前景进行了具体预测。

### （三）在研究结论上

本文通过对文化创意产品市场需求的数理分析发现，若包含新创意的产品与市场现有产品具有较强的替代性，并且新创意产品优于现有产品的情况下，引入新创意产品会导致整个产业的总利润下降，尤其是同一家企业生产的同一种产品的不同版本，在新版本产品投入市场和旧版本产品退出市场的时机选择上要格外慎重，这可以部分解释现实生活中大量新创意不及时投入市场的原因。

## 第二章 文化创意产业相关概念界定

顾名思义，文化创意产业与文化产业有着密不可分的联系，文化创意产业的内涵与文化产业的内涵存在交叉部分，但又有所区别。在产业组织理论中，产业可以通过相关企业生产的产品和服务来区分<sup>①</sup>。因此，在界定什么是文化创意产业之前，首先需要界定什么是创意产品和服务。

### 2.1 创意产品和服务

#### 2.1.1 创意

在界定创意产品和服务之前首先界定一下创意的概念。约翰·霍金斯<sup>②</sup>(2006)给创意下了一个定义，即催生某种新事物的能力，它表示一人或多人创意和发明的产生，这种创意和发明必须是个人的、原创性的，且具有深远意义的。他认为创意有两种：一种和个人的成就相关，是人类的共同特性，见于所有社会和文化；另一种导向制造创意产品，可以通过技术革新等途径给予事物更高的价值。根据创意所属领域的不同可以分为三类<sup>③</sup>：

(1) 文化创意。文化创意涉及解释世界的独特想法和新颖方式，通过包含想象力的文字、声音或图像来表达；

(2) 科学创意。科学创意包含对新事物的好奇、尝试的意愿，并且可以为问题的解决提供一条新的途径；

(3) 经济创意。经济创意是一个动态的过程，包括技术创新、商业实践、市场营销等，与取得市场竞争优势密切相关。

<sup>①</sup> Bain Joe S. Industrial Organization[M]. John Wiley & Sons Inc. 1959. 转引自(美)斯蒂芬·马丁 著，史东辉 等译. 高级产业经济学[M]. 上海：上海财经大学出版社，2003 年 8 月第 1 版：7.

<sup>②</sup> (英)约翰·霍金斯 著，洪庆福，孙薇薇，刘茂玲 译. 创意经济：如何点石成金[M]. 上海：上海三联书店，2006 年 12 月第 1 版：7.

<sup>③</sup> KEA, European Affairs. The Economy of Culture in Europe, study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)[R]. Brussels, 2006: 42.



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库